



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pada penelitian ini yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Kitabisacom Terhadap Minat *Follower* Untuk Berdonasi”, maka dapat disimpulkan sebagai berikut ini:

1. Hasil uji penelitian menunjukkan pengaruh penggunaan media sosial Instagram sebesar 31,2% terhadap minat berdonasi, sisanya dipengaruhi dari beberapa variabel atau faktor lainnya yang tidak diteliti. Misalnya inovasi *crowdfunding*, religiusitas, dan kredibilitas pesan.
2. Nilai signifikansi tabel ANOVA adalah 0,000 yang menandakan dibawah 0,05 dan juga berdasarkan uji t serta persamaan yang didapatkan, maka hipotesis 0 akan ditolak dan hipotesis 1 diterima. Hasil ini menunjukkan terdapat pengaruh antara penggunaan media sosial Instagram @kitabisacom terhadap minat *follower* untuk berdonasi.
3. Persamaan hasil regresi menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan variabel penggunaan media sosial Instagram akan mempengaruhi minat berdonasi sebesar 0,663. Berarti, semakin tinggi nilai penggunaan media sosial (Instagram), maka semakin tinggi juga minat berdonasi. (Minat Berdonasi = $23,111 + 0,663 \text{ Penggunaan media sosial Instagram}$).

4. Pada variabel penggunaan media sosial Instagram, indikator *collaborations* yang paling berkontribusi terhadap minat berdonasi, yaitu sebesar 21,1%. Mendandakan paling dipengaruhi dari segi segi frekuensi partisipasi publik, adanya diskusi/kerja sama, dan tujuan yang ingin dicapai bersama.

5.2 Saran

Setelah memperoleh hasil penelitian yang disertai dengan kesimpulan, maka dapat diperoleh beberapa saran yang kiranya dapat berguna untuk para pembaca atau penelitian selanjutnya, yaitu:

5.2.1 Saran Akademis

Pada penelitian ini diperoleh bukti bahwa penggunaan media sosial mempengaruhi minat berdonasi sebesar 31,2%. Oleh sebab itu, untuk penelitian berikutnya diharapkan mampu diperkaya dengan faktor atau variabel lainnya yang mungkin berpengaruh pada minat donasi. Selain itu, populasi juga bisa disesuaikan kembali dengan kondisi yang terjadi atau variabel independen. Tidak hanya secara kuantitatif, tapi penelitian ini juga bisa dilakukan secara kualitatif untuk mengetahui lebih mendalam strategi atau inovasi yang digunakan oleh Kitabisa atau institusi serupa dalam meningkatkan minat berdonasi.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian dari kuisioner yang sudah disebarkan, dapat ditarik kesimpulan bahwa penggunaan media sosial Instagram @Kitabisacom

mempengaruhi minat berdonasi para *follower*. Jawaban didominasi oleh pendapat setuju dan sangat setuju berdasarkan variabel x maupun variabel y yang diberikan pada responden. Hal ini dapat dijadikan motivasi bagi Kitabisa maupun organisasi serupa untuk senantiasa berinovasi dan mempertahankan strategi dalam menggunakan media sosial mereka. Namun, untuk pernyataan X9, yaitu ‘Instagram @Kitabisacom menjalin hubungan yang baik dengan para *follower*’ masih didapati cukup banyak jawaban netral (54 dari 400). Oleh sebab itu, hal ini bisa dijadikan masukan untuk Kitabisa agar mampu menerapkan berbagai strategi dan ide menarik untuk dapat meningkatkan kembali jalinan hubungan yang baik dengan para *follower*.